
KÖNIGS LERNHILFEN

Stefan Munaretto

WIE ANALYSIERE ICH EINEN FILM?

Das Standardwerk zur Filmanalyse

Online-Ergänzung:

Fallbeispiel 10.4

Fallbeispiel 11.5

Über den Autor

Stefan Munaretto unterrichtet Deutsch, Englisch sowie Werte und Normen an einem Gymnasium in Braunschweig. Als Autor von Interpretationen und Lernhilfen zur Literatur und zum Film hat er Artikel und Bücher veröffentlicht.

Er schreibt über Filme auch auf <http://filme-sehen.blogspot.de/>

Leser dieser Lernhilfe können dort weitere Anregungen finden.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 52 a UrhG: Die öffentliche Zugänglichmachung eines für den Unterrichtsgebrauch an Schulen bestimmten Werkes ist stets nur mit Einwilligung des Berechtigten zulässig.

1. Auflage 2014

Online-Ergänzung zu ISBN 978-3-8044-1588-1

© 2014 by C. Bange Verlag GmbH, 96142 Hollfeld

Alle Rechte vorbehalten!

10.4 FALLBEISPIEL: JAMES BOND 007 – SKYFALL ALS GLOBALES EREIGNIS

James Bond ist ein Phänomen, schon allein aufgrund seiner Langlebigkeit. Genau fünfzig Jahre nach *James Bond 007 jagt Dr. No* gelangte *Skyfall* als Bond-Epos Nr. 23 in die Kinos und schlug dort nicht bloß alle bisherigen Umsatzrekorde der Reihe, sondern wurde auch noch weithin von Kritikern als die beste Neuauflage seit dem Erstlingswerk von 1962 gepriesen. Mit *Skyfall* hat der schon so oft totgesagte Agent wieder einmal seine Stellung als eine der bekanntesten kulturellen Ikonen (► Info S. 89 des Druckbandes) der Welt nachhaltig gefestigt.

Langlebiges
Kino-Phänomen

Was James Bond zu einem Ereignis globaler Dimension macht, sind aber nicht nur die Filme selbst, sondern bereits die im Vorfeld international ausgebreiteten Details zu ihrer Produktion und Vermarktung. Stets ist von Superlativen die Rede, und große Risiken sind im Spiel, wenn ein Studio 150–200 Millionen Dollar in ein einziges Projekt investiert. Bei *Skyfall* verzögerte die Insolvenz von MGM den Beginn der Dreharbeiten um Monate; zeitweise war unsicher, ob der Film überhaupt jemals fertig würde. Auch Fragen der Rollenbesetzung werden frühzeitig in den Medien lanciert. So ist zum Beispiel bei den sogenannten Bond-Girls ihre Herkunft ein entscheidendes Kriterium; sie wird als Gelegenheit gesehen, das Interesse mal beim französischen, mal beim afrikanischen und ein anderes Mal beim ukrainischen Zuschauer zu beleben. Eine ethnische Mischung erhöht den globalen Appeal, was in *Skyfall* auf beide Frauen zutrifft, mit denen Bond Sex hat, gespielt werden sie von Naomie Harris, einer Britin jamaikanischer Abstammung, und von Bérénice Lim Marlohe, die eine französische Mutter und einen chinesisch-kambodschanischen Vater hat. Außerdem werden viele Länder der Welt als Drehorte ins Gespräch gebracht und dann wieder aus unterschiedlichen Gründen verworfen. So berichteten indische Zeitungen ausführlich darüber, dass Szenen* in Mumbai entstehen sollten, woraus dann aber doch nichts wurde, obwohl schon alle behördlichen Genehmigungen erteilt waren. Stattdessen enthält der Film Szenen*, die in der Türkei und in China entstanden. Der Schauplatz Shanghai ist besonders wichtig, weil er die Chancen erhöht, dass *Skyfall* überhaupt von den Behörden für den noch immer für Auslandsfilme beschränkten chinesischen Markt zugelassen wird. Schließlich werden internationale Hersteller von Markenprodukten in die jedem Bond-Film vorausgehende Publicity-Kampagne eingebunden. Während es ansonsten als anrühlich oder peinlich gilt, Filme durch Product Placement zu finanzieren, gehört die Beantwortung der Frage, welche Autos, Uhren und Getränke 007 diesmal verwenden wird, zum eingeübten Ritual. Bei *Skyfall* allerdings murrten eingefleischte Bond-Fans, weil der Agent in einer Szene einen Schluck Heineken zu sich nimmt (statt des gewohnten trockenen Martini). Dafür zahlte die niederländische Brauerei 28 Millionen Pfund an die Produzenten und zeichnete damit für ein Viertel des Etats verantwortlich. Zum Deal gehört ferner ein Bier-Werbespot mit Bond-Darsteller Daniel Craig, der schon Wochen vor der *Skyfall*-Premiere potenzielle Zuschauer überall auf der Welt auf *Skyfall* einstimmte. VisitBritain, die Fremdenverkehrsbehörde, schloss ebenfalls einen Vertrag mit der Produktionsfirma und wirbt nun unter dem Slogan „Bond is Great...Britain“ für einen Urlaub auf der Insel. Diese und weitere Kooperationen, u. a. mit Coke Zero und dem Modehersteller Tom Ford, machen den Film zu einem wichtigen Vehikel für die globale Konsumgüter-Industrie.

Ethnische
Mischung
erhöht globalen
Appeal

Drehorte auf
der ganzen
Welt

Internationales
Product
Placement

Teaser,
Trailer und
Gerüchte

Letztlich ist es das Internet, das den Bekanntheitsgrad von *Skyfall* kontinuierlich steigert. Ende Mai 2012 erscheint ein kurzer Teaser-Trailer, der allein auf YouTube 7,4 Millionen Mal gesehen wird, den offiziellen langen Trailer rufen ab Anfang August immerhin noch drei Millionen Menschen auf. Zusätzlich sickern gelegentlich Einzelheiten über die Handlung und den Stil des Films nach außen, Gerüchte und Spekulationen werden mit Absicht genährt, kleine Filmschnipsel werden vorab freigegeben. Auf dem Höhepunkt des globalen Werbefeldzugs sind es maßgeschneiderte, lokale Events, welche die Zuschauer in den großen Kino-Märkten auf den Film vorbereiten. In Indien bringt die lokale Sony-Tochter Plakate in drei verschiedenen Landessprachen heraus und versorgt Fernseh-Sender mit dreißigminütigen Bond-Specials. Ein TV-Kanal zeigt einen Bond-Marathon mit allen alten Filmen. Kurz vor der Premiere Ende Oktober ist das Ziel erreicht, *Skyfall* ist ein Must-See-Movie, den sich niemand entgehen lassen will. Damit nicht genug: Gleich nach dem Eröffnungswochenende werden die ersten Einspielergebnisse veröffentlicht. Man erfährt sehr schnell, dass *Skyfall* insgesamt, aber auch in einzelnen Ländern wie Großbritannien und Irland der erfolgreichste Bond aller Zeiten ist. Die beeindruckenden Zahlen fachen das Interesse von Neuem an und bereiten auch langfristig dem Zweitverwertungsgeschäft mit DVDs und anderen Vertriebskanälen das Feld.

Globaler
Werbefeldzug

Franchises als Erfolgsgeheimnis der globalisierten Filmindustrie

Rückversicherung der
globalen
Filmindustrie

Film-Serien wie James Bond, englisch Franchises genannt, sind die große Rückversicherung der globalen Filmindustrie. Mit ihrer Hilfe begegnet man den vielen Unwägbarkeiten des Geschäfts und versucht Erfolge in die Zukunft auszudehnen. Ein Film wie *Fluch der Karibik* trägt schon den Keim für mögliche Sequels (Fortsetzungen) in sich, ist also von vornherein auf das Recycling seiner Bilder und Figuren angelegt. Wenn ein Zyklus auserzählt ist, muss das nicht das Ende bedeuten, und deshalb kann man bei Geldmaschinen wie *Twilight* (über vier Milliarden Dollar Einspielergebnis bei 265 Millionen Dollar Produktionskosten) noch mit Prequels (Filme, welche die Vorgeschichte zu anderen Filmen erzählen), Spin-Offs (Filme, die eine Nebenfigur einer Franchise ins Zentrum stellen) und Reboots (Neustart einer Serie) rechnen. Im Jahre 2011 gab es 27 Serien-Blockbuster aus Hollywood, und 2012 setzte allein der im Besitz von Sony befindliche Vertrieb Columbia Pictures seine Hoffnungen auf drei Franchise-Filme, den neuen Bond *Skyfall* sowie *The Amazing Spider-Man* und *Men in Black 3*.

Sequels:
Recycling
von Bildern
und Figuren

Prequels,
Spin-Offs,
Reboots

Adaptionen
aus Literatur,
Comic oder
Fernsehen

Ein Franchise muss in der ganzen Welt verstanden werden, es bildet kulturell gesehen also den kleinsten gemeinsamen Nenner. Dazu werden gewöhnlich aus anderen Medien wie der Literatur, dem Comic und dem Fernsehen Geschichten adaptiert, die international über einen hohen Bekanntheitsgrad verfügen. So war James Bond ursprünglich eine Erfindung des Autors Ian Fleming, die von Drehbuchautoren fortgesponnen wurde, nachdem der Vorrat von zwölf Romanen und neun Kurzgeschichten in den achtziger Jahren aufgebraucht war. Solche Filme sind meistens am Reißbrett entworfene Spektakel, die wenig Raum für spontane Einfälle bieten und die globale Fangemeinde nicht mit Experimenten verstören. Die meisten sind Genre-Filme* mit einem mythologischen Fundament (► s. Kap. 8). Manche laden aber auch bloß zur Flucht aus der Realität ein wie die *Fluch der Karibik*- und die *Herr der Ringe*-Reihen. Für

die konkrete Realität regional begrenzter Lebenswelten bieten Franchise-Blockbuster (► Info S. 73 des Druckbandes) jedoch niemals Platz. Die Darstellung von Menschen und von ganzen Völkern und Ländern muss in Filmen, die auf ein globales Publikum zielen, stereotyp bleiben. Deshalb sieht das England in Bond-Filmen genau so aus, wie der durchschnittliche Amerikaner oder Japaner es sich vorstellt oder erträumt. Überraschungen werden durchaus inszeniert, um Neugier zu wecken, aber nur innerhalb eng gesteckter Grenzen. So kann zum Beispiel der Look* eines Films düsterer sein als bei seinem Vorgänger. Vor einigen Jahren erregte es die Gemüter der Harry Potter-Fans, ob sich der heranwachsende Held beim nächsten Abenteuer endlich für das weibliche Geschlecht interessieren würde. Franchise-Blockbuster sind auch immer ein Spielfeld für Special Effects und andere digitale Technologien wie 3-D oder IMAX, deren Neuigkeitswert, solange es geht, als Attraktion ausgeschlachtet wird. *Der Hobbit: Eine unerwartete Reise* kam zum Beispiel 2012 mit der Empfehlung heraus, als erster Film überhaupt die aufgepeppt 3-D-Variante HFR zu verwenden.

Stereotype
vorprogram-
miert

Gravierende Veränderungen innerhalb einer Film-Serie machen sich aber erst bemerkbar, wenn sie über sehr lange Zeiträume existiert hat und mehrfach gezwungen war, sich an stark veränderte Zeitumstände und neue Publikumsbedürfnisse anzupassen. Die Bond-Reihe war ursprünglich ein Kind des Kalten Krieges. Als *James Bond 007 jagt Dr. No* im Oktober 1962 ins Kino kam, stand die Welt wegen der Kuba-Krise gerade am Abgrund der atomaren Vernichtung. Mehrere Relaunches und Richtungswechsel später, über fünf Jahrzehnte verteilt, hat der Agent den Übergang in das 21. Jahrhundert mit seinen ganz andersartigen Bedrohungsszenarien gefunden. Daniel Craig ist der mittlerweile sechste Darsteller des Spions. Im Gegensatz zu neueren und voraussichtlich kurzlebigeren Franchises wie *Twilight* oder *Mission Impossible* spricht Bond deshalb auch nicht nur ein vorwiegend junges Publikum an, sondern Zuschauer jeden Alters, die entsprechend unterschiedliche Assoziationen und Erinnerungen damit verknüpfen. Im Kern bleibt James Bond aber, wie die Smartphones und Anzüge, die darin beworben werden, ein Markenartikel mit einem geschützten Bereich, der niemals angetastet wird und dem Zuschauer seit einem halben Jahrhundert ein bestimmtes Lebensgefühl vermittelt. Da ist vor allem die charakteristische Mischung aus Britishness und Weltläufigkeit. Einerseits werden heimische Wahrzeichen (zu denen Bond längst selbst gehört) ins Bild gerückt: die Londoner Skyline und die Themse-Brücken, rote Telefonzellen, schicke Bentleys und Jaguars und der Union Jack. Andererseits ist Bond Dauergast an glamourösen und exotischen Orten in aller Welt, in luxuriösen Hotels und Casinos, auf Skipisten und an tropischen Stränden. Unweigerlich rettet der Agent jedes Mal im Alleingang die Menschheit aus den Fängen eines großwahn-sinnigen Verbrechers mit Weltherrschafts-Fantasien. Geheimnisumwitterte, leicht bekleidete Schönheiten müssen ebenso vorkommen wie raffinierte Hightech-Geräte und rasante Verfolgungsjagden. Auch Selbstironie und Anspielungen auf frühere Filme der Serie gehören zum elementaren Kern der Marke Bond.

Anpassung
an veränderte
Zeitum-
stände und
Publikums-
bedürfnisse

James Bond
als Marken-
artikel

Der globalisierte Spionagethriller

Welt als große Abenteu-erspielwiese

James Bond repräsentierte bis vor einigen Jahren den Typus des smarten Weltenbummlers, der überall zuhause ist, aber auch eine Heimat als feste Basis hat. Er war ein Mensch, der die Reize und Vorteile des schnellen und bequemen Reiseverkehrs zu seinem Vorteil nutzte, der sich überall auskannte und zurecht fand und für den der Globus eine einzige große Abenteuerspielwiese zu seiner persönlichen Verfügung war. Gleichzeitig bekämpfte er im Auftrag seines Landes die Risiken, die eine globalisierte Welt mit sich bringt, und er sorgte dafür, dass die Menschen in der Heimat ruhig schlafen konnten. Sie waren sich bewusst, dass sich irgendwo in der Ferne große Gefahren zusammenbrauten, wogen sich aber in der Gewissheit, dass kompetente Geheimdienste diese im Griff hatten. Bond verkörperte zwei Versprechen: erstens, dass die weite Welt voller Verlockungen ist, und zweitens, dass das Unheil, das dort ebenfalls lauern mag, für immer vor unseren Grenzen haltmachen wird.

Zeitenwende 9/11

Dieser Glaube, der fast vier Jahrzehnte lang Bestand hatte, ging mit den New Yorker Twin Towers am 11. September 2001 abrupt unter. Die Welt war eine andere geworden, und darin hatten die lässigen Spione von früher keinen Platz mehr:

- Den Anfang hatte der von Sean Connery gespielte und mit einem klaren Feindbild ausgestattete Gentleman und Held des Kalten Krieges gemacht. Sein Wirken in den frühen sechziger Jahren stand auch im Zeichen einer weltpolitischen Aufwertung Großbritanniens zu einer Zeit, als das Land in Wirklichkeit einen Bedeutungsverlust verkraften musste: Das Empire war verloren, und die Industrie befand sich im Niedergang.
- Die Ära der Entspannung in den siebziger und achtziger Jahre beherrschte Roger Moore, dessen Bond verspielt und entspannt war. Er genoss, was das Leben bot, während die Filme zu immer belangloseren Action-Komödien wurden. Moores Playboy ist in gewisser Hinsicht ein Vorspiel zum Hedonismus späterer Jahre (► s. Fallbeispiel zu Kap. 1).
- Der Spion der Neunziger, dargestellt von Pierce Brosnan, gilt als der „Designer-Bond“. Er vermittelt den Optimismus der frühen Jahre unter dem Premierminister Tony Blair. Unter dem Schlagwort „Cool Britannia“ wurde das Vereinigte Königreich für eine Weile zum Zentrum der internationalen Pop-Kultur und der Finanzindustrie. Diese Ära endete abrupt, als Großbritannien in den Irak-Krieg eintrat und sich massiver Protest im eigenen Land dagegen regte. Mit dem Ende der Popularität Blairs war scheinbar auch das Ende von James Bond eingeläutet.

James Bond im Wandel der Zeitgeschichte

Beinahe-Ende und Neuerfindung

Es hätte nicht viel gefehlt, und 007 hätte diesen Bruch nicht überlebt. Erst mit einem gewissen zeitlichen Abstand gelang es den Produzenten, den Agenten noch einmal neu zu erfinden. In seiner aktuellen Häutung ist Bond tougher und athletischer als je zuvor, aber auch verwundbarer. In den drei zwischen 2006 und 2012 erschienenen Filmen mit Daniel Craig, *Casino Royale*, *Ein Quantum Trost* und *Skyfall*, hat auch ein gewisser Realismus* Einzug gehalten. Zwar wird in den Action-Szenen die Schwerkraft noch immer absurd leicht überwunden, kreuzen schöne Frauen weiterhin mit großer Regelmäßigkeit seinen Weg. Aber nun – in der Welt nach 9/11 – ist die Welt plötz-

lich kompliziert und schwer zu durchschauen; die Grenzen zwischen Gut und Böse sind nicht mehr so klar gezogen. Bond selbst nimmt in *Ein Quantum Trost* maßlos und fast wahllos Rache für den Tod seiner großen Liebe Vesper, die ihm in *Casino Royale* entrissen wurde. Feinde verbergen sich womöglich hinter der Maske von Wohltätern, und ihre verbrecherischen Ziele sind manchmal kaum von den realpolitischen Zielen westlicher Staaten zu unterscheiden. In *Ein Quantum Trost* wollen ein skrupelloser Geschäftsmann aus Europa, ein Ex-Diktator und ein Abgesandter des CIA gemeinsam die bolivianische Regierung stürzen, um sich der Rohstoffe des Landes zu bemächtigen. Nicht immer ist ganz klar, wer wen für seine Zwecke benutzt. Bond kann noch so viele Verdächtige ausschalten, von irgendwoher tauchen jedes Mal wieder andere auf. Wirkliche Entspannung kehrt für den heutigen Bond nicht mehr ein.

Den neuen Filmen ist ein Widerspruch eingeschrieben, der sie besonders zeitgemäß wirken lässt. Insbesondere *Skyfall* ist nach allen Regeln der Kunst für ein globales Publikum gemacht, ist aber von keinerlei Globalisierungs-Enthusiasmus mehr durchdrungen. Nun treibt 007 nur noch die Pflicht in ferne Länder, nicht die Neigung. Das Reisen hat seinen Reiz verloren, und auch die Freude am luxuriösen Konsum und selbst an Sex scheint plötzlich gedämpft, insbesondere in *Skyfall*. Dieser Film stellt noch einmal eine Steigerung gegenüber den beiden anderen dar. Die Allgegenwart von internationalem Terrorismus und Cyber-Kriminalität stört nachhaltig die Lebensfreude Bonds, und der Film erweckt nicht den Eindruck, als ob die „Schatten“, wie es heißt, an einem bestimmten Ort auf der Welt bekämpft werden könnten. Der Feind ist jetzt staatenlos und stammt doch aus unserer eigenen Mitte, ein Computer-Genie und Ex-Agent namens Raoul Silva, äußerlich dem Wikileaks-Gründer Julian Assange nachempfunden. Erst der Verrat durch seinen ehemaligen Auftraggeber MI6 motiviert ihn zu seinem Rachefeldzug gegen das Land, dessen Geheimdienst ohnmächtig und überfordert wirkt und der nun dafür büßt, dass er sich bei seiner Arbeit in der Vergangenheit allzu oft die Hände beschmutzt hat. Wie sein Land ist nun auch James Bond nur ein geschwächter Nachkomme, kein klassischer Held, sondern ein verletzlicher und gealterter mit einem Alkoholproblem, der mehr mit seinen dunklen Seiten zu kämpfen hat als mit seinen Kontrahenten. Auch der Bond in *Skyfall* ist noch eine Projektionsfläche für die Wunschvorstellungen vieler Menschen, zur selben Zeit aber auch für die Ängste des heutigen Publikums, das nach dem Krieg gegen den Terror inzwischen auch noch die Erfahrung einer Weltfinanzkrise hinter sich hat.

Die Lösung liegt in der Rückbesinnung auf die Werte und Methoden aus der guten alten Zeit. Messer und Faustkampf richten mehr aus als alle Hightech-Waffen zusammen, selbst Bonds raketenbestückter Aston Martin-Oldtimer aus der Frühzeit der Serie wird wieder in Stellung gebracht. Wie Winston Churchill im Zweiten Weltkrieg zieht sich der MI6 in eine Festung im Untergrund unter London zurück, aber auch Ansichten vom oberirdischen London widmet *Skyfall* unverhältnismäßig viel Zeit. Außerdem spielt sich der gesamte Schluss in Schottland ab, noch dazu in dem Haus, in dem Bond geboren wurde. Das Böse wird ab sofort daheim in die Schranken gewiesen. Man könnte sagen, dass der Spion in seinem 23. Abenteuer nach Hause zurückgekehrt ist, *Skyfall* ist der Heimatfilm der Serie.

Neue Nüchternheit

Gebrochener Held

Unsicher gewordene Grenze zwischen Gut und Böse

AKTIVITÄT

Aktivität 10.5

- Es wird oft behauptet, dass die James Bond-Reihe im Laufe der Jahrzehnte politisch korrekter geworden und dass vor allem ihr unterschwelliger Rassismus und Sexismus heute schwächer oder gar verschwunden sei.
- Sehen Sie sich Filme aus allen Epochen der Serie an und überprüfen Sie diese These. Wie wurden früher Männer und Frauen porträtiert, und wie sieht es heute aus? Wie steht es mit der Darstellung von Völkern und Ländern und wie mit der von Gewalt?

11.5 FALLBEISPIEL: BRAUCHEN WIR NOCH KINOS?

Kino oder Wohnzimmer?

Eine Beschäftigung mit dem Zuschauer wäre unvollständig, wenn sie nicht auch auf die Frage einging, welcher Ort sich für die Aneignung eines Films am meisten eignet. Während es nämlich zum Beispiel verhältnismäßig gleichgültig ist, wo man ein Buch liest, ist der Ort beim Filme-Sehen von großer Bedeutung. Spielt es aber überhaupt noch eine Rolle, ob man zu dem Zweck ins Kino geht oder zuhause bleibt? Die Zeit, in der man daheim auf schlichte Bildschirme und umständliche Video-Kassetten oder gar auf das Fernsehprogramm angewiesen war, gehört längst der Vergangenheit an. Heute kann sich jeder mithilfe von anspruchsvoller Hardware, Trägermedien wie der DVD und dem Internet sein eigenes komfortables Home Entertainment Center einrichten. Das alte Problem des Kinos, dass oft gerade nichts Interessantes läuft, kennt der Wohnzimmer-Zuschauer nicht. Das Repertoire, aus dem er auswählen kann, ist theoretisch unbegrenzt und umfasst die gesamte Geschichte des Films. Es gibt Downloads für jeden Geschmack und selbst für obskure Filme, die niemals in einem heimischen Kino gelaufen sind. Ein großer Vorteil der neuen Medien ist außerdem die Möglichkeit, Filmszenen wiederholt zu sehen, das Bild anzuhalten etc., die Rezeption also selbst aktiv zu beeinflussen. Dem kritischen und analytischen Umgang mit dem Film sind mit der Einführung der DVD ganz neue, zuvor ungeahnte Möglichkeiten zugewachsen. Das Filme-Sehen zuhause hat also Vorzüge, die nicht von der Hand zu weisen sind. Viele Produzenten haben sich darauf eingestellt und denken jetzt schon nicht mehr vorrangig an die Vorführbarkeit ihrer Filme in großen Kinosälen, sondern legen das Augenmerk gleich auf die Vermarktung für den kleinen Bildschirm.

Bedeutung des Rezeptionsortes

Privates „Home Entertainment Center“

Die Veränderungen des Spielfilm-Marktes, die sich hier abzeichnen, könnten das Medium allerdings langfristig völlig verändern. Sollte die Tendenz zum Heimkino beim Zuschauer und zum Kleinformat bei der Filmproduktion weiter zunehmen, würde dies langfristig zu einem Verschmelzen des Spielfilms mit dem Fernsehen führen. Made-for-DVD-Filme machen im Kino aber eine schlechte Figur; sie orientieren sich visuell und dramaturgisch oft bloß am Standard herkömmlicher Fernsehfilme, in Zukunft womöglich bloß noch an den Erfordernissen mobiler Endgeräte wie Smartphones und Tablets. Gäbe es nur noch solche Filme, würden Kinos tatsächlich überflüssig. Dabei würde wohl niemand bestreiten, dass man die intensivsten Erlebnisse mit Filmen immer noch im Kino hat. Solange es echte Spielfilme noch gibt, bleibt das Kino weiterhin der Ort, an dem sie ihre Wirkung am besten entfalten können. Es lohnt sich also, sich noch einmal vor Augen zu führen, was uns entgehen würde, wenn wir Filme nur noch in den eigenen vier Wänden sehen könnten.

Einfluss auf Filmproduktion

Im Kino ist der Zuschauer vor allem Teil eines Publikums, er lässt den gewöhnlichen Alltag hinter sich und fühlt sich als Teil einer Gruppe, die gemeinsam eine kulturelle Erfahrung macht. Auch die zufälligen oder geplanten Begegnungen mit Freunden und Bekannten im Foyer, die Gespräche danach auf dem Heimweg oder in der Kneipe tragen zur Vertiefung dieser Erfahrung bei. Dies ist nicht geringzuschätzen in Zeiten, in denen Menschen sich zunehmend individualisieren und isolieren und immer mehr Orte der Öffentlichkeit verschwinden. Das Gefühl der Exklusivität und auch das der

Plädoyer fürs Kinoerlebnis

Intensiviertes
Filmerlebnis

Gemeinsamkeit wird außerdem durch den charakteristischen und stark ritualisierten Ablauf eines Kinobesuchs verstärkt, dessen Anfang der Zuschauer als Übertreten einer Schwelle in eine andere Welt erlebt. Alles weitere verläuft nach festem Zeremoniell, vom Anstellen für Tickets und für Getränke und Snacks bis hin zum Suchen der Plätze, schließlich dem Dunkelwerden im Saal und dem (erhofften) Verstummen des Gemurmel, was auch beim hundertsten Mal noch etwas Feierliches hat und die Erwartungshaltung erhöht. Entscheidend für die Einstimmung des Publikums ist aber die Steigerung der Atmosphäre durch die Beschaffenheit und Darbietung des Raumes mit seinen hohen Saaldecken und matt glänzenden Wänden, den zu den schweren roten Vorhängen hin abfallenden Sitzreihen, dem indirekten Licht usw. Die Dunkelheit während der Vorführung verhindert dann jegliche Ablenkung durch äußere Faktoren und gewährleistet die größtmögliche Konzentration der Sinne auf den Film. All dies und natürlich auch das große Leinwandbild und der raumfüllende Ton führen dazu, dass der Zuschauer – ganz anders als zuhause auf dem Sofa – den Film und den Ort geradezu körperlich erlebt.

AKTIVITÄT

Aktivität 11.4

- Recherchieren Sie die Geschichte der Kinos in Ihrer Stadt oder Region vom Anfang bis in die Gegenwart. Sie können dazu ältere Freunde und Verwandte befragen und in Zeitungsarchiven nachforschen. Häufig gibt es auch Bücher dazu, zum Beispiel *Für ein Zehnerl ins Paradies. Münchener Kinogeschichte 1896–1945* von Monika Lerch-Stumpf oder Broschüren aus dem Umfeld der kommunalen Kinos (► Info s.u.).

Kinos in der Krise

Siegesszug
der Multi-
plex-Kinos?

Das Kino als Sehnsuchtsort ist heute jedoch gefährdet, was nicht nur etwas mit der oben geschilderten Konkurrenz zu tun. Durch eine Neuordnung der Kinoszene sind in den letzten zwanzig Jahren weite Teile des Publikums daraus verdrängt worden. Große Konzerne setzten auf Multiplex-Theater, die manchmal einen ganzen Häuserblock einnehmen. Hier findet Massenabfertigung statt und wird oft mit Popcorn und Getränken mehr Umsatz gemacht als mit den Filmen; die Architektur und das Ambiente sind meistens austauschbar und steril; der Zauber der alten Lichtspielhäuser stellt sich hier nicht ein. Die wichtigste Zielgruppe der Multiplexe sind junge Leute mit einer Vorliebe für Blockbuster (► Info S. 73 des Druckbandes). Kleinere Kinos konnten der Konkurrenz nicht standhalten und schlossen reihenweise, oder sie büßten Zuschauer ein, weil sie nicht die Mittel für zeitgemäße Technik und Komfort aufbringen konnten. In vielen Städten wie Braunschweig, wo es bis 1993 noch eine vielfältige und über die Stadt verteilte Kinolandschaft mit siebzehn Leinwänden gegeben hatte, verschafften sich die Multiplex-Betreiber ein Monopol, indem sie alle herkömmlichen Kinos aufkauften und dann schlossen. Nun gibt es in Braunschweig nur noch das kommunale „Universum“ neben dem alles beherrschenden Großkino mit seinen acht Vorführräumen. Berlin hat

Verarmung
der städti-
schen Kino-
landschaften

dreizehn Popcorn-Paläste, während allein in dem Kino-Viertel rund um den Kurfürstendamm zwölf überwiegend traditionsreiche Betriebe schließen mussten.

Eine Folge des Multiplex-Booms war die völlige Entfremdung der älteren Zuschauer vom Kino und auch all jener, welche Special Effects, 3-D und ähnlichen Attraktionen nichts abgewinnen können oder ihnen sogar misstrauisch gegenüberstehen. Sie sollten sich gedulden, bis die von ihnen bevorzugten Filme auf DVD zu haben waren. Aber auch das junge, auf Spektakel fixierte Publikum kam längst nicht in erhofftem Maße in die neuen Kinos. Letztlich haben sich die überdimensionierten und seelenlosen Multiplexe als eine der größten Fehlinvestitionen in der deutschen Wirtschaftsgeschichte herausgestellt. Man hatte alles auf eine Karte gesetzt und verloren. Konzerne wie Cinemax schrieben rote Zahlen, obwohl das Interesse am Kino eigentlich ungebrochen ist: Im Jahre 2012 durchbrach die Branche in Deutschland erstmals die Schallmauer von einer Milliarde beim Umsatz (wenn auch zum Teil verursacht durch erhöhte Eintrittspreise bei Filmen mit 3-D). Dieser Umstand begünstigt den erneuten Strukturwandel des Kinos, bei dem es zunächst einmal darum geht, Fehlentwicklungen zu korrigieren. Bei den großen Ketten werden seit Jahren Überkapazitäten abgebaut, Gebäude sollen ästhetisch und atmosphärisch aufgewertet und verlorene Segmente des Publikums durch ein vielfältigeres Programm und Sonderveranstaltungen wieder angelockt werden. Statt neue und immer größere Multiplexe zu bauen, sucht man nun nach attraktiveren Lösungen, zum Beispiel

Multiplex-Krise

Korrektur von Fehlentwicklungen

- Kinos in Gebäuden mit historischem Flair und/oder kulturell vielschichtiger Umgebung, zum Beispiel in der ehemaligen Schultheiß-Brauerei (heute Kulturbrauerei) in Berlin-Prenzlauer Berg oder im Haus Zukunft in Berlin-Friedrichshain, das neben der „Film-Troika“ u. a. Räume für Konzerte und Ausstellungen hat;
- Kino-Besuch als besonderes Event wie im Freiluftkino Pompeji, das ebenfalls zur Film-Troika Friedrichshain gehört (Werbetext: „In Ruinen, an einem der letzten interessanten Orte der Stadt auf dem Gelände des ZUKUNFT // Ostkreuz. An mondbeschiedenen Sommerabenden bietet das Freiluftkino eine einzigartige mediterrane Atmosphäre.“);
- Premium-Kinos wie die Astor-Filmlounges, die an vier Standorten in Deutschland Park-Service, verstellbare Sitze, breite Reihenabstände und Bedienung am Platz mit Cocktails und Champagner bieten;
- Retro-Paläste, die die vergangenen Glanzzeiten des Kinos aufleben lassen und mit moderner Technik verbinden (Lichtburg in Essen);
- Rückkehr zu kleinen, lauschigen, dezentral verteilten Kinos wie bei der Kette Pathé, die vor allem in Großbritannien und den Niederlanden tätig ist.

In Frankreich gibt es außerdem schon Versuche, Cinema on Demand zu etablieren, damit Zuschauer mehr Auswahl haben und direkten Einfluss auf die Programmgestaltung nehmen können. Dabei haben sich eine Reihe von unabhängigen Kinos zu einer Plattform zusammengeschlossen (ilikecinema.com), auf der eine bunte Mischung von Filmen unterschiedlicher Art angeboten wird. Registrierte Nutzer können sich für einen Film und ein Kino ihrer Wahl eintragen, außerdem über soziale Netzwerke dann für den Vorschlag Werbung machen. Tragen sich anschließend mindestens dreißig Interessenten ein, findet eine Vorstellung statt.

Cinema on Demand

INFO

Kommunales Kino

Unabhängige Programmkinos sind für die Erhaltung kultureller Vielfalt und Lebendigkeit unersetzlich, ähnlich wie Bibliotheken, kleine Buchhandlungen, Theater usw. Deshalb wird bereits seit Beginn der siebziger Jahre die Erhaltung und Neugründung solcher Kinos öffentlich gefördert. Der Bundesverband kommunale Filmarbeit e. V. koordiniert die Zusammenarbeit dieser nicht-gewerblichen Einrichtungen. Einige kommunale Kinos haben sich aus studentischen Filmclubs entwickelt, manche haben nur mobile Spielstätten. Andere sind an ein Filmfestival (Universum Braunschweig), ein Filmmuseum (Kino des Deutschen Filmmuseums Frankfurt) oder ein Kulturamt (Filmbühne Caligari Wiesbaden; City 46, Bremen) angegliedert und haben eine professionelle Geschäftsleitung. Häufig bietet ein kommunales Kino (auch koKi genannt) zusätzlich filmpädagogische Veranstaltungen an und organisiert Begegnungen mit Filmschaffenden. Das Programm wird entweder überwiegend mit aktuellen Independent-Filmen* bestritten (Universum und Caligari) oder aus dem filmgeschichtlichen Repertoire mit thematischen und ästhetischen Schwerpunkten bzw. mit Retrospektiven zu bestimmten Schauspielern und Regisseuren (Filmmuseum Frankfurt). Einige Kinos verbinden auch beide Aspekte (City 46).

Kinos in der Nachbarschaft

Kinos als „Gefäße des Gemeinwesens“

Innenstädte und Stadtteilzentren sind seit der Aufklärung die Orte gewesen, an denen sich die gesellschaftliche Öffentlichkeit formierte. Auf Marktplätzen, in Kaffeehäusern und Theatern, später auch in Kinos kamen Bürger miteinander ins Gespräch, erfuhren Neues, erweiterten ihre Kenntnisse und setzten sich mit Dingen von allgemeinem Belang auseinander. Die Zentren gehören zu den „klassischen Öffentlichkeiten“, die der Autor und Regisseur Alexander Kluge als „Gefäße des Gemeinwesens“ bezeichnet hat. Dieser Funktion werden sie aber nicht mehr in vollem Umfang gerecht, seit die Städte sich weitgehend den Erfordernissen des Straßenverkehrs und des Einzelhandels unterworfen haben. Plätze, an denen man sich zwanglos treffen kann, gibt es jedenfalls nicht mehr in dem Maß wie früher, vor allem nicht am Abend, wenn die großflächigen Läden und Shopping Malls ihre Türen schließen und im wahren Sinne des Wortes „die Bürgersteige hochgeklappt“ werden. Viele Kommunen kämpfen heute mühsam gegen diese Verödung ihrer Zentren an, zu der auch die Verdrängung traditioneller Kinos durch Multiplexe beigetragen hat, wobei letztere oft gleich kostengünstig in Gewerbegebieten am Stadtrand angesiedelt wurden. Dass lokale Kinos einen entscheidenden Beitrag zu einer Revitalisierung des öffentlichen urbanen Lebens leisten können, hat eine vom British Film Institute in Auftrag gegebene Studie im Jahr 2005 aufgezeigt („The impact of local cinema“). Dies trifft übrigens, wie Erfahrungen aus Deutschland zeigen, nicht nur auf Stadtzentren und beliebte Kiez-Viertel zu, sondern auch auf Problemstadtteile und sogar Industriebrachen wie am Berliner Ostkreuz. Mit dem im Jahr

Verödung der Innenstädte

2012 eröffneten Kino Zukunft wird der Versuch unternommen, das schwierige Umfeld dieses Bahnhofs zu stimulieren.

Ein funktionierendes Stadtteil-Kino hat der britischen Studie zufolge zahlreiche positive Wirkungen:

Wirkungen
von Stadtteil-
Kinos

- Es wirkt identitätsstiftend, stärkt die Verbundenheit und Vertrautheit der Anwohner mit dem Viertel („a sense of place“),
- stellt einen wichtigen Anlaufpunkt und Veranstaltungsort für die Ortsgemeinschaft dar,
- setzt mit seiner typischen Fassade einen architektonischen Akzent, liefert einen interessanten Blickfang,
- schafft Einsicht in den Wert eines lokalen kulturellen Lebens und strahlt von dort aus auch auf andere Aktivitäten aus,
- kann durch Beteiligung an gesamtstädtischen Festivals ein Stadtviertel ins Gespräch bringen und Besucher anziehen,
- sorgt dafür, dass Menschen am kulturellen Leben teilhaben, die wenig mobil sind wie ältere Mitbürger oder Paare mit kleinen Kindern,
- schafft Bildungsmöglichkeiten durch Kontakte mit örtlichen Schulen und Hochschulen,
- kann Sonderveranstaltungen mit lokalem Bezug bieten,
- wertet die gesamte Umgebung auf und belebt die lokale Wirtschaft mit Geschäften und Gaststätten, insbesondere am Abend,
- hat dadurch oft einen positiven Einfluss auf das Sicherheitsempfinden der Anwohner.

Viele dieser Vorteile werden den Menschen erst bewusst, wenn wieder einmal ein Kino aufgegeben hat. Der Niedergang ist meistens ein schleichender Prozess, bei dem sich fehlende Mittel für Renovierung und technische Ausstattung sowie sinkende Zuschauerzahlen gegenseitig bedingen, bis ein Kino hinreichend heruntergewirtschaftet ist. Am Ende kommen dann Proteste und Unterschriftensammlungen von Anwohnern und Filmemachern, wie es sie rund um den Meyerinckplatz in Berlin-Charlottenburg 2012 gab, zu spät. Durch die Schließung der 1934 eröffneten Kurbel und ihren geplanten Umbau in einen riesigen Bio-Supermarkt schien hier ein ganzer Kiez seinen identitätsstiftenden Mittelpunkt zu verlieren. Ein Retter, wie der Regisseur Michael Verhoeven, der zwei andere wichtige Stadtteil-Kinos in Berlin kaufte und am Leben erhielt (das Toni am Antonplatz und das Filmtheater am Friedrichshain), fand sich hier nicht.

Schleichen-
der Nieder-
gang

Weil die Bedeutung der kleinen Kinos für das Kulturleben mittlerweile unumstritten ist, greift der Staat an einigen Stellen regulierend ein und fördert nicht mehr nur die kommunalen Kinos (siehe Info), sondern auch privat geführte, aber von Ketten unabhängige Betriebe. So wird die Digitalisierung (► Info S. 125 des Druckbandes) zahlreicher kleinen Lichtspielhäuser, die mit Kosten von ca. 70.000 Euro pro Saal verbunden ist und vielen den Todesstoß versetzt hätte, seit 2011 weitgehend aus Mitteln der Filmförderungsanstalt (FFA) der Bundesregierung finanziert. Der Staat allein wird aber nicht für das Überleben einer vitalen und vielschichtigen Kino-Szene in jeder Stadt sorgen können. Das Schicksal der kleineren Kinos wird davon abhängen, ob die

Staatliche
und kommunale
Förderung

Angebote, die sie machen, attraktiv für die Menschen in ihrer Nachbarschaft sind und natürlich auch vom Engagement der potenziellen Zuschauer selbst. Es gibt Städte, in denen das Zusammenspiel gut funktioniert, wie in Bamberg, wo es immerhin zwei interessante innerstädtische Kinos gibt. Würzburg, eine Universitätsstadt vergleichbarer Größe, hat dagegen kein einziges mehr in angemessener Lage.

AKTIVITÄT

Aktivität 11.5

- Der Bundesverband kommunale Kinos e. V. hat ein „Qualitätslabel“ entwickelt, welches anhand von neun Kriterien definiert, was unter „kultureller Filmarbeit“ zu verstehen ist. So soll ein gutes Kino ein erkennbar kreatives Programmkonzept haben, Filmgeschichte und die Geschichte von Region und Land lebendig vermitteln, eine „Schule des Sehens“ sein, Mut zum Experiment haben, ein Ort der Begegnung und Kommunikation sein, gesellschaftspolitisches Engagement aufbringen und sich dafür verantwortlich fühlen, viele unterschiedliche Besuchergruppen zusammenzuführen. Sie können die Kriterien und ihre genaue Definition nachlesen unter: http://www.kommunale-kinos.de/?page_id=198.
- Überprüfen Sie, ob und inwieweit die Kinos, die Sie kennen, diesen Qualitätsanforderungen gerecht werden.
- Die Krise der Multiplex-Kinos hat viele davon veranlasst, ihr Konzept auf eine breitere Basis zu stellen. Beziehen Sie diese deshalb durchaus auch ein.

